

Michał Drożdż

KLAUZULA SUMIENIA JAKO GWARANCJA WOLNOŚCI DZIENNIKARSKIEJ

STRESZCZENIE

Potrzeba etyczności w obszarze działań dziennikarskich i medialnych jest sprawą oczywistą, gdyż mediosfera jest przestrzenią działań człowieka a człowiek jest istotą etyczną. Głównym problemem współczesnego dziennikarstwa i całej mediosfery nie jest brak odpowiednich i słuszych regulacji etycznych, ale raczej trudności w praktycznej realizacji zasad etycznych ważnych dla działań dziennikarskich w kontekście tzw. klauzuli sumienia. Dlatego też celem artykułu jest próba poszukiwania odpowiedzi na problem klauzuli sumienia w dziennikarstwie. Podjęta problematyka zostanie ukazana w sześciu punktach: potrzeba etyczności w mediach, potrzeba nowego spojrzenia na etykę jako sprawę ludzkiego sumienia, podmiotowy i normatywny charakter sumienia, charakter zasad w kodeksach etyki, wolność sumienia i klauzula sumienia, kwestie sumienia nie mogą być polem eksperymentowania.

Słowa kluczowe: sumienie, klauzula sumienia, etyka dziennikarska, media, prawo mediów.

SUMMARY

The clause of conscience as a guarantee of journalist freedom

The need for ethics in the field of journalistic and media activities is obvious, as media is the space of human activities and man is an ethical being. The main problem of contemporary journalism and the entire mediasphere is not the lack of appropriate or correct ethical regulations, but rather difficulties in the practical implementation of ethical principles important for journalistic activities in the context of the so-called clause of conscience. Therefore, the purpose of this article is to try to answer the problem of the conscience clause in journalism. The issues covered will be presented in six points: the need for ethics in the media; the need for a taking a fresh look at ethics as a matter of the human conscience; the subjective and normative nature of conscience; the nature of principles in codes of ethics; the freedom of conscience and conscience clause; and whether questions of conscience can not be a field of experimentation.

Keywords: conscience, conscience clause, journalistic ethics, media, media law.

POTRZEBA ETYCZNOŚCI W MEDIACH

Potrzeba etyczności w obszarze działań dziennikarskich i medialnych jest sprawą oczywistą, gdyż mediosfera jest przestrzenią działania człowieka, a człowiek jest istotą etyczną. Posługuję się w tym rozumowaniu metodologią filozoficzną, bo to jest naturalny kontekst analiz etycznych. Pojęciem etyczności określam wszelkie wartościowanie działań człowieka w kontekście dobra, w kontekście wartości i powinności dobra. Problematyka etyczna analizowana jest przez wszystkie rodzaje etyk medialnych: etykę mediów, etykę komunikacji, etykę informacji, etykę dziennikarską, etykę internetu, etykę globalizacji, etykę społeczeństwa informacyjnego, etykę informatyczną itd. To wyliczenie sugeruje, iż mamy do czynienia z różnymi rodzajami etyk stosowanych, a co za tym idzie – ich siłą zobowiązującą człowieka i do tego egzekwowaną przez jakieś gremia.

Istnienie tych etyk nie jest sprawą oczywistą, ale umowną i typologiczną. Natomiast potrzeba etyczności jest sprawą ogólnie akceptowaną. Zasadniczym problemem w tym obszarze jest relacja etyki do etyczności i etosu oraz problem jakości etyki i jej realny wpływ na działanie człowieka. Pojawiają się głosy, iż kształcenie etyczne dziennikarzy i ludzi działających w sferze komunikacji społecznej miałyby polegać tylko na zapoznaniu się z normatywnością kodeksów i regulaminów etycznych. Wydaje się jednak, że głównym problemem współczesnej mediosfery nie jest brak odpowiednich kodeksów etycznych, ale raczej trudności w praktycznej realizacji tych zasad. Istnieje wiele zasad deontologii dziennikarskiej, regulujących praktyczne działania dziennikarskie. Normy kodeksów dziennikarskich i wewnątrzredakcyjnych regulaminów czasem mieszają wartości etyczne, warsztatowe, biznesowe i inne. Dlatego w kształceniu kompetencji etycznych przyszłych dziennikarzy warto zwrócić baczniejszą uwagę na fundamenty etyczne oraz kontekst i zasady rozstrzygania problemów i dylematów etycznych w sferze sumienia dziennikarza.

W kontekście tych myśli można powiedzieć, iż głównym problemem współczesnego dziennikarstwa i całej mediosfery nie jest brak odpowiednich i słusznych regulacji etycznych, ale raczej trudności

w praktycznej realizacji zasad, norm, przekonań i cnót ważnych dla działań dziennikarskich w kontekście tzw. klauzuli sumienia. Dlatego też celem moich refleksji jest próba poszukiwania odpowiedzi na te problemy. Tematykę klauzuli sumienia w dziennikarstwie i etyce dziennikarskiej przedstawię w następujących punktach:

- potrzeba etyczności w mediach,
- potrzeba nowego spojrzenia na etykę jako sprawę ludzkiego sumienia,
- podmiotowy i normatywny charakter sumienia,
- norma personalistyczna a sumienie,
- działanie medialne zgodne z sumieniem
- charakter zasad w kodeksach etyki,
- wolność sumienia i klauzula sumienia,
- czy kwestie sumienia mogą być polem eksperymentowania?

POTRZEBA NOWEGO SPOJRZENIA NA ETYKĘ JAKO SPRAWĘ SUMIENIA

Potrzeba nowego spojrzenia na etykę jako dziedzinę refleksji racjonalnej nad moralnością, której egzekutywą jest ludzkie sumienie, czyli każdy człowiek w swojej podmiotowości. Tam gdzie jest człowiek, który myśli, działa i komunikuje się, nie może zabraknąć refleksji nad aksjologicznym wymiarem tego działania. Etyka należy obok mechanizmów wolnego rynku do najważniejszych czynników samoregulujących i integrujących media. Płaszczyzna etyczna o jednoznacznym i uniwersalnym charakterze może i powinna stanowić podstawową płaszczyznę dialogu i dyskursu, płaszczyznę integracji medialnej.

Należy zatem pokazywać etykę mediów i komunikowania jako sprawę ludzkiego sumienia. Problemem bowiem nie jest to, że człowiek dokonuje subiektywnych wyborów w sumieniu. Wartościowanie etyczne, które się dokonuje w sumieniu człowieka, ma zawsze wymiar subiektywno-podmiotowy. Problemem natomiast jest to, czy człowiek wybierający i działający zgodnie z sumieniem ma sumienie

prawdziwe. Podstawową troską każdej etyki w jej wymiarze perspektywnym winno być to, żeby ludzie mieli sumienie ukształtowane zgodnie z prawdą. Podstawą właściwych ocen etycznych jest bowiem sumienie pewne i prawdziwe.

Etyka mediów tak rozumiana, jako sprawa ludzkiego sumienia, ukazuje się więc jako płaszczyzna komplementarna wobec prawa medialnego, sprawdzając się jednocześnie jako przestrzeń zasad, zachowujących prymat wobec zasad prawnych. Inaczej mówiąc, etyka mediów jest przede wszystkim przed prawem i obok prawa, uzyskując od niego konieczne wsparcie w sankcjonowaniu zewnętrznym naruszenia podstawowych zasad etycznych, chroniących w mediosferze wartość i godność każdego człowieka. Prawo medialne, różnego rodzaju, np. prawo prasowe, wspiera etykę, ale także etyka dostarcza inspiracji dla prawa, przynajmniej w trzech ważnych obszarach, np.:

1. na poziomie stanowienia prawa: prawo medialne nie powstaje w etycznej pustce, ale etyka stanowi kontekst stanowienia prawa, jeśli nie taka, to inna itd.,
2. na poziomie zewnętrznej, prawnej ochrony wewnętrznych wartości; sfera wartości jest chroniona przez normy prawne,
3. na poziomie sankcjonowania zewnętrznego naruszenia podstawowych zasad etycznych, o ile one chronione są przez kodyfikację prawną.

PODMIOTOWY I NORMATYWNY CHARAKTER SUMIENIA

Sumienie jest najbliższą i bezpośrednią normą moralności. Sumienie ma zatem normatywny charakter dla każdego z nas indywidualnie. Normatywność sumienia ma charakter wewnętrzny, gdyż człowiek interioryzuje normy etyczne o charakterze obiektywnym w swoim subiektywnym podmiotowym świecie sumienia. Sumienie jest tą przestrzenią, w której człowiek rozstrzyga o ważności i priorytecie wartości, przestrzenią, w której łączy ze sobą różne zasady i cnoty

etyczne, przestrzenia, w której się łączy ludzka subiektywność wartościowania z obiektywnością wartości. Umiejętność korelacji tych dwóch wymiarów jest kwestią prawdziwości sumienia (Drożdż 2005, s. 126–151).

U podstaw życia moralnego leży zasada słusznej autonomii człowieka jako podmiotu swoich czynów. Słuszna autonomia sumienia oznacza, że człowiek posiada w samym sobie prawo moralne, związane integralnie z człowieczeństwem, z „byciem człowiekiem”. Bycie osobą ludzką oznacza bycie wolnym, posiadanie słusznej autonomii sumienia, która pozwala człowiekowi wybierać, decydować i działać na podstawie prawdy poznanego świata wartości i powinności.

Taka autonomia sumienia nie oznacza jednak możliwości tworzenia przez człowieka wartości i norm moralnych. Człowiek bowiem „nie stwarza” prawdy, ale ją „odkrywa”, uczestnicząc w obiektywnym świecie wartości, uczestnicząc w świecie relacji międzyludzkich. Ta osobowa autonomia jest słuszną autonomią uczestniczącą, ponieważ jest wpisana w obiektywny porządek wartości (Drożdż 2005, s. 130–132).

NORMA PERSONALISTYCZNA A SUMIENIE

Każda etyka, jeśli chce stanowić podstawę etycznego wartościowania w całokształcie ludzkiego działania, musi mieć w sobie charakter uniwersalistyczny. Często bywa tak, iż niektóre konstrukcje etyczne są efektem osobistych upodobań i przekonań ich twórców, bez zbytnej troski o uniwersalny wymiar głoszonych przez nie zasad. Jeśli do tych tendencji subiektywizacji etyki włączymy postmodernistyczną negację normatywności z jej różnorodnymi propozycjami „etyki ponowoczesnej”, „moralności bez etyki” (Bauman 1996), a także propozycje innych orientacji, np.: „etyki prostomyślności” (Dura 2001), „etyki przekonań” (Rorty 1998; Geertz 2003; Drożdż 2003), „planetarnej etyki współodpowiedzialności” (Apel 1990; Apel 1992; Apel 1996), „etycznego systemu moralności względnej” (Williams 2000), „metody kontrolowanych postaw” (Brandt 1996), czy „etyki autentyczności”

(Taylor 2002), to tym bardziej uwidoczni się potrzeba poszukiwania uniwersalnych fundamentów wartościowania etycznego w przestrzeni komunikacji, w której uczestniczą ludzie o różnych orientacjach światopoglądowo-filozoficznych. Wydaje się nam, iż takim fundamentem winna być „norma personalistyczna”, która może się stać platformą poszukiwania uniwersalnych zasad etyki mediów. Jeśli przyjąć inne fundamenty wartościowania działań medialnych, oparte wyłącznie np. na zasadach ekonomicznych, estetycznych, pragmatycznych czy jakichkolwiek innych, wtedy w sposób nieunikniony musi nastąpić relatywizacja ludzkich zachowań i działań, a w konsekwencji, postępująca destrukcja etycznego i społecznego wymiaru komunikacji medialnej. W tej sytuacji szczególnego znaczenia nabiera sprawa źródłowego „osadzenia” prawdziwości sumienia (Seifert 1991, s. 38–48)¹. Źródłem prawdziwości sumienia jest akceptacja całej hierarchii wartości odkrywanej i urzeczywistnianej w człowieku, bez której człowiek nie może być i stawać się człowiekiem. Chodzi mianowicie o to, że człowiek w swym „najgłębszym subiektywnym rdzeniu” dokonuje takich „sądów wartościujących”, iż stają się one „zrozumiałym uzasadnieniem” moralności w wymiarach jego etycznych decyzji, inaczej mówiąc, działa zgodnie z sędami własnego sumienia (Hortelano 1981, s. 219–597). Obowiązek pójścia za głosem sumienia wynika więc z normy personalistycznej i związanej z nią prawdy o obiektywnym świecie wartości. Josef Seifert, nawiązując do myśli Maxa Schelera, mówi o pewnym wymiarze sumienia, który „istnieje także poza człowiekiem” (Seifert 1976, s. 66 i n.; Scheler 1980; Scheler 1995, s. 35; Spaemann 1990, s. 48–58)². W sumieniu

1 Etyka personalistyczna, jeśli ma rzeczywiście ukazać konkretne zasady postępowania, musi się oprzeć na prawdzie sumienia.

2 „Człowiek słucha głosu sumienia, ale tak naprawdę on nie pochodzi od samego tylko człowieka. W sumieniu osoby ludzkiej rozbrzmiewa nie-ludzka instancja. Tak jak pępek człowieka brany sam w sobie musiałby się wydawać czymś bezsensownym, podobnie sumienie nabiera sensu dopiero wtedy, kiedy widzimy w nim wskazówkę kierującą ku Transcendentnemu Źródłu. Sumienie nie jest zatem dalekowzrocznym egoizmem ani szukaniem harmonii z sobą samym: jest posłańcem owej Transcendencji, która zarówno w naturze ludzkiej, jak i w obiektywnych wartościach buduje principium dla osoby (Seifert 1976, s. 66 i n.).

bowiem dokonuje się również komunikacja z rzeczywistością transcendentną, z obiektywnym światem wartości, istniejącym poza i niezależnie od człowieka, oraz samą Transcendencją, będącą ostatecznym źródłem wartości i godności osoby ludzkiej. To powiązanie sumienia i prawa moralnego z Transcendencją jest widoczne przede wszystkim na fundamencie ostatecznych uzasadnień normatywności oraz w teleologicznym wymiarze *logosu* i *ethosu* ludzkiego działania (Drożdż 2006, s. 109–123).

DZIAŁANIE MEDIALNE ZGODNE Z SUMIENIEM

Sumienie nie pełni w przestrzeni mediów jedynie funkcji komunikacyjnej, ale staje się czymś więcej, wewnętrzną „instancją” człowieka, instancją poznawczą, porządkującą, wartościującą, normatywną. Mówiąc o sumieniu jako o instancji, mamy na myśli nie tylko jego funkcjonalność poznawczą i informacyjną, ale przede wszystkim jego charakter normatywny i wartościujący. Normatywność i zdolność wartościowania pozwala sumieniu oceniać, osądzać, regulować, a więc umożliwia te wszystkie działania, które przynależą do zadań jakiegokolwiek instancji zewnętrznej. W przestrzeni mediów funkcjonuje wiele struktur organizacyjnych, instancji kontrolnych, organizacji regulujących, egzekutyw prawnych itd. Wypełniają one wiele pożytecznych funkcji, regulujących całokształt przestrzeni medialnej. Wydaje się jednak, że nie obejmują one i nie wyczerpują wszystkich oczekiwań i potrzeb ludzi uczestniczących w komunikacji medialnej, której zasadnicza część realizuje się przecież w sferze wewnętrznej człowieka, do której instancje zewnętrzne nie sięgają. Dlatego konieczną rzeczą jest wprowadzenie i uznanie instancji najważniejszej, instancji ludzkiego sumienia, które – w naszym rozumieniu – staje się najważniejszą instancją medialną. Pozwala ono bowiem wszystkim osobom uczestniczącym w jakimkolwiek sposób w komunikacji medialnej nie tylko na właściwe, czyli ludzkie „korzystanie” z mediów, ale pomaga im odkrywać w tym bogatym i różnorodnym świecie

mediów ich wartość osobową oraz powinności z nią związane. Jeśli do tego dodamy konieczność instancji sumienia dla prawidłowego funkcjonowania wszystkich zewnętrznych instancji medialnych, gdzie przecież działają w sposób wolny i rozumny ludzie, to tym bardziej ukazują się nam wyraźnie i jednoznacznie: ważność, nieodzowność i nieuniknioność dobrze ukształtowanego sumienia jako instancji podstawowej, koniecznej i integralnej – a nie tylko dodatkowej i fakultatywnej – dla prawidłowego funkcjonowania przestrzeni mediów i dla właściwego uczestniczenia w niej wszystkich ludzi jako osobowych podmiotów.

Szczegółowa analiza kondycji moralno-społecznej współczesnej kultury medialnej (Promieńska 2003, s. 13 i n., 91 i n.; Schöttker 2003, s. 198 i n.; Gajda 2003, s. 113–134) pokazuje palącą wprost potrzebę kształtowania ludzkich sumień. Z punktu widzenia etyki personalistycznej najważniejszą sprawą jest przygotowanie właściwego fundamentu wartościowania etycznego, czyli właściwa formacja prawdziwego sumienia oparta na podstawowych zasadach wyrażających wartość i godność człowieka. Personalizm w formacji sumienia kładzie nacisk na priorytet normy personalistycznej wobec wszystkich medialnych form oddziaływania na człowieka. Analiza skutków oddziaływania medialnego pokazuje jednak odwrotne relacje. Media – mówiąc językiem uproszczonym – zdają się dominować również w sferze wewnętrznej człowieka. Niektórzy podzielają deterministyczne wizje Marshalla McLuhana, według których media są dziś główną siłą wychowującą i formującą człowieka. Warto jednak podkreślić, iż ten wychowawca masowy sam wymaga ciągłej formacji etycznej (Gajda Juszczyk 2002; Lepa 2000). McLuhan ma niewątpliwie rację, mówiąc o ogromnym wpływie mediów na człowieka, o braku moralnego wychowania ludzi kształtujących media. Formułowane jednak przez niego ostateczne wnioski przekreślają w pewnym sensie podmiotowość osoby ludzkiej i jej możliwość wolnego i racjonalnego działania w przestrzeni mediów. Tymczasem problem nie leży po stronie przedmiotowego świata mediów, ale po stronie podmiotowych uczestników procesów komunikacji medialnej, którzy w coraz bardziej złożonym, kompleksowym i nieuniknionym kontekście

medialnym winni dysponować odpowiednią, podmiotową zdolnością racjonalnego działania, czyli prawdziwie uformowanym sumieniem. Prawdziwie, to znaczy zgodnie z prawdą o osobie ludzkiej, z prawdą o świecie wartości, z prawdą o podmiotowym charakterze komunikacji medialnej oraz, dopiero na końcu, z prawdą o mechanizmach funkcjonowania przedmiotowego świata mediów. Ta ostatnia prawda jest również potrzebna do formacji poznawczej roli sumienia. Jeżeli zabraknie tego odniesienia i osadzenia w prawdzie, wówczas możemy mieć do czynienia, nie tylko w rzeczywistości medialnej, z bardzo różnymi przejawami deformacji sumień. Ta deformacja sumień może obejmować coraz szersze kręgi ludzi, a wzmacniana jeszcze przez negatywne oddziaływanie mediów może się rozszerzyć na całe grupy społeczne i większe kręgi kulturowe, stając się deformacją całych społeczeństw. Takie destrukcyjne procesy medialne i kulturowe eliminują również potrzebę wartościowań etycznych, opartych na obiektywnych fundamentach, czyli, inaczej mówiąc, odrzucają potrzebę i sensowność etyki normatywnej, a więc także personalistycznej etyki mediów. Tymczasem tego typu etyka miałaby za zadanie nie tylko regulować etycznie działania w przestrzeni mediów, ale także formować i kształtować podstawę podmiotową tych wartościowań etycznych, a więc ludzkie sumienie. Deformacja sumienia, która dokonuje się często pod wpływem negatywnych oddziaływań mediów, jest pozbawieniem człowieka zdolności racjonalnego wartościowania i działania w przestrzeni mediów.

Wydaje się, że trudno człowiekowi wyrządzić większą szkodę, niż zdeformować jego sumienie, czyli, prosto mówiąc, wmówić mu to, że jest tym, kim nie jest. Jednym z największych błędów etycznego wymiaru współczesnej kultury, nie tylko medialnej, jest to, że bardzo łatwo przechodzi się od stwierdzenia, że człowiek jako podmiot sumienia jest twórcą swego sądu, do twierdzenia, że jest także twórcą prawdy swego sądu (Styczeń 1979, s. 105). Wydaje się, że upowszechnieniu się tej iluzji można skutecznie przeciwdziałać tylko w jeden sposób, poprzez obiektywizację prawdy. Z jednej strony należy sfalsyfikować tę iluzję, czyli ujawnić i uznać, dzięki obiektywnym kryteriom, prawdę, w świetle której iluzja ta ujawnia

swój charakter kłamstwa czy błędu (Styczeń 1979, s. 105). Z drugiej strony należy ukazać obiektywny wymiar prawdy, stanowiący fundament dla subiektywnych sądów sumienia. Inaczej mówiąc, należy pokazać, iż człowiek jest podmiotem sądów sumienia, podmiotem odkrywającym prawdę moralną, a nie jest autonomicznym i niezależnym twórcą tej prawdy. Tylko na fundamencie tej podstawowej prawdy o sumieniu jako instancji odkrywającej i urzeczywistniającej prawdę moralną można kształtować prawdziwe sumienie, które z kolei stanowi dla człowieka bezpośrednią i najbliższą podstawę wartościowania oraz wszelkiego działania w przestrzeni medialnej (Drożdż 2018, s. 261–273).

CHARAKTER ZASAD W KODEKSACH ETYKI

Można zapytać, ile jest etyki w kodeksach etyki dziennikarskiej. To prowokacyjne pytanie (w duchu kolokwializmu „ile jest cukru w cukrze”) nie jest pytaniem banalnym – wskazuje na potrzebę głębszej refleksji nad statusem normatywności etycznej i sposobem jej egzekwowania, nad istotą norm i zasad etycznych w kontekście innej normatywności o charakterze zewnętrznym, nad relacją etyki do etosu i etyczności ludzkich działań. To pytanie: ile jest etyki w kodeksach etyki, jest ważne, ponieważ zawiera w sobie pytanie: Czy wszystkie zasady kodeksów etycznych obowiązują w sumieniu?

Normy kodeksów medialnych i wewnątrzredakcyjnych regulaminów mieszają czasem wartości etyczne, warsztatowe, biznesowe i inne, zobowiązując człowieka do ich przestrzegania. Wydaje się, że to jednak nie wystarcza. Trzeba bowiem formować prawdziwe sumienie – będące najbliższą i bezpośrednią instancją, w której człowiek sam decyduje o swoich działaniach, za które ponosi odpowiedzialność.

Popatrzmy zatem na główne pytanie: ile jest etyki w kodeksach etycznych? Wszystkie zasady kodeksów etyki dziennikarskiej mają odniesienie etyczne, ale w podwójnym wymiarze:

- pierwszorzędnie: jeśli normy, mają swoje bezpośrednie zakorzenienie w wartościach, które chronią,
- wtórnie: jeśli regulacje kodeksów etycznych, odnoszą się pierwszorzędnie do regulacji warsztatowych, poznawczych, prawnych, dyscyplinarnych, a uzyskują swój walor etyczny poprzez odniesienie do normy etycznej pierwszorzędnej.

Popatrzmy na przykłady.

A. Karta etyczna mediów, 1995

1. Zasada prawdy – co znaczy, że dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy dokładają wszelkich starań, aby przekazywane informacje były zgodne z prawdą; sumienne i bez zniekształceń relacjonują fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechnienia błędnej informacji niezwłocznie dokonują sprostowania.

Zasada prawdy ma podwójny charakter:

- poznawczy: prawda jest wartością poznawczą,
 - etyczny: jako zasada prawdomówności, i tylko w tym zakresie ma znaczenie dla etyki, gdyż nikogo nie można etycznie zobowiązywać do poznawania prawdy, ale mówienie prawdy jest już etyczną powinnością.
2. Zasada obiektywizmu – co znaczy, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia.
Zasada obiektywizmu ma wtórny wymiar etyczny, gdyż każdy człowiek poznaje rzeczywistość subiektywnie. Zasada ta uzyskuje swój walor etyczny poprzez odniesienie do zasady prawdomówności.
 3. Zasada oddzielenia informacji od komentarza – co znaczy, że wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnienie faktów od opinii i poglądów.

Zasada oddzielenia informacji od komentarza ma warsztatowy charakter, gdyż człowiek ma prawo do posiadania własnych opinii, ale ta zasada uzyskuje swój walor etyczny poprzez odniesienie do zasady prawdomówności.

B. Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, 2001

Dla przykładu, w punkcie 18 *Kodeksu* zapisano, że dziennikarzowi nie wolno zajmować się akwizycją ani brać udziału w reklamie i *public relations* – wyjątkiem mogą być jedynie akcje społeczne i charytatywne; materiały redakcyjne muszą być czytelnie oddzielone od materiałów reklamowych i promocyjnych.

Zasada ta ma pierwszorzędnie charakter zwyczajowy, może prawny, ekonomiczny, bo dla czego dziennikarz miałby nie korzystać z prawa wolności działania, ale uzyskuje swój walor etyczny poprzez odniesienie do zasady prawdomówności, uczciwości itd.

WOLNOŚĆ SUMIENIA I KLAUZULA SUMIENIA

Człowiek jest wolny. Wolność należy do cech konstytutywnych człowieczeństwa. Wolność warunkuje wolność, to znaczy, że wolność wyboru i działania wypływa z fundamentalnej (ontycznej) wolności człowieka jako podstawowego wyposażenia i przejawu ludzkiej racjonalności.

W rozumieniu ludzkiej wolności możemy pokazać cały łańcuch wewnętrznych uwarunkowań i zależności. U podstaw i wyznaczników wolności człowieka jest wolność sumienia, która zawiera w sobie naturalną klauzulę, że każdy człowiek w imię swojej naturalnej, fundamentalnej wolności ma niezbywalne ludzkie prawo działania zgodnie ze swoim sumieniem. To prawo określamy skrótowo klauzulą sumienia. Co jest jej przedmiotem? Zgodnie z naturą sumienia jako naturalnej zdolności do rozstrzygania o wartości ludzkiego działania w kategorii dobra i zła, należy zatem interpretować klauzulę sumienia ściśle i precyzyjnie, jako klauzulę oceny i wyboru dobra. Tak rozumiana klauzula sumienia nie jest darem czy przywilejem nadawanym przez jakiekolwiek instancje zewnętrzne. Klauzula sumienia nie jest kwestią stanowionego prawa pozytywnego, ale jest podstawowym prawem człowieka z racji jego człowieczeństwa,

a więc jest prawem naturalnym człowieka, zawsze obowiązującym, niezbywalnym, niezależnie od tego, czy ktoś tę regułę kodyfikuje i zapisuje w prawie stanowionym.

Klauzula sumienia zapisana w jakimś prawie stanowionym uzyskuje od normatywności prawnej dodatkową gwarancję ochrony prawnej wolności sumienia, ale w istocie zawsze posiada swój pierwszorzędny i niezbywalny walor etyczny.

Warto zadać pytanie, czy i co kodeksy etyki dziennikarskiej mówią o klauzuli sumienia.

Poddam analizie kilka dokumentów: *Kartę Etyczną Mediów* i *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja* oraz *Prawo prasowe* po nowelizacji z 27 listopada 2017 roku.

A. Karta etyczna mediów, 1995

Nie mówi ona wprost o klauzuli sumienia, ale w preambule wskazuje na niezbywalne prawo człowieka do prawdy, z którego wynika prawda o człowieku jako osobie wolnej i rozumnej, mającej swoją wartość i godność, zatem posiadającą także wolność sumienia, która jest podstawą klauzuli sumienia. W analizie tego zapisu chcę zwrócić uwagę na kilka potencjalnych problemów.

- Problem 1: nie wszyscy są w stanie takie rozumowanie podjąć.
- Problem 2: w dobie relatywizowania prawdy to słuszne i prawdziwe założenie etyczne może być nadużywane i wykorzystywane w zakresie poglądów i przekonań niezwiązanych bezpośrednio z sumieniem.

B. Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A., 2008

W paragrafie XV jest mowa wprost i bezpośrednio o lojalności i klauzuli sumienia.

1. Dziennikarza obowiązuje lojalność wobec TVP S.A. i dbałość o jej dobre imię.

2. Dziennikarzowi nie wolno pracować dla wojskowych lub cywilnych służb specjalnych ani przyjmować od nich jakichkolwiek zleceń.
3. Niedopuszczalne są działania wyrządzające szkodę zawodową współpracownikom i wszelkie formy nieuczciwej konkurencji zawodowej.
4. Dziennikarz ma prawo do odmowy wykonania polecenia służbowego sprzecznego z prawem oraz zasadami etyki dziennikarskiej.
5. Jeśli polecenie przełożonego dotyczące zaprezentowania tematu w przekonaniu dziennikarza niesie ryzyko niezachowania bezstronności, dziennikarz ma prawo zwrócić się do zamawiającego materiał o wydanie polecenia w formie pisemnej. Jeśli nadal dziennikarz jest przekonany, że sposób zaprezentowania tematu będzie naruszał zasady obiektywizmu dziennikarskiego, ma prawo odmówić wykonania zadania (*Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej 2020*, p. XV).

W analizie tego zapisu zwracam uwagę na kilka potencjalnych problemów.

- Problem 1: problem interpretacji zapisu dotyczącego przekonania dziennikarza co do ryzyka niezachowania bezstronności. Takie sformułowanie niesie ze sobą ryzyko subiektywnych interpretacji kwestii bezstronności.
- Problem 2: w jakim zakresie i charakterze etycznego zobowiązania obiektywizm jest kwestią sumienia; chyba tylko wtedy, kiedy subiektywne ujęcia naruszają zasadę prawdomówności. *Karta Etyczna Mediów* tak definiuje zasadę obiektywizmu: „to znaczy, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia” (*Karta Etyczna Mediów 2020*, p. 2).
- Problem 3: można odnieść wrażenie, że kodeksy etyczne tworzone są przez osoby, które nie rozumieją właściwie pojęcia sumienia.

C. Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, 2001

W paragrafie VI w punktach 22 i 23 jest mowa o zasadach powinności wobec kolegów i przełożonych i tylko w tym kontekście jest pośrednie nawiązanie do klauzuli sumienia.

22. Stosunki między kolegami i współpracownikami powinny być partnerskie, niedopuszczalna jest nieuczciwa konkurencja oraz przywłaszczanie cudzych prac, a nawet pomysłów.

23. Wobec przełożonych i wydawców lub nadawców obowiązuje dziennikarza lojalność, ale nie mogą oni nakazać dziennikarzowi, a dziennikarz ma prawo odmówić – wykonywania poleceń sprzecznych z prawem, etyką zawodową lub swymi ugruntowanymi przekonaniem (Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich 2020, p. 22 i 23).

W analizie tego zapisu zwracam uwagę na kilka potencjalnych problemów.

- Problem 1: na czym ma się opierać prawo do odmowy? Mamy tutaj trzy obszary działań wskazane jako możliwa materia odmowy. Po pierwsze, jeśli nakazywane są przez przełożonych i wydawców lub nadawców działania sprzeczne z prawem, to nie jest to kwestia sumienia, tylko kwestia przymusu do działań nielegalnych, a więc podlegają egzekutywie prawnej.
- Problem 2: po drugie, jeśli nakazywane są przez przełożonych i wydawców lub nadawców działania sprzeczne z etyką dziennikarską, to sprawą sumienia, a więc również klauzuli sumienia są wartości i normy etyczne o charakterze pierwszorzędym. Nie można jednak poszerzać klauzuli sumienia na normy zawarte wprawdzie w kodeksie etyki dziennikarskiej, ale które pierwszorzędnie mają charakter norm warsztatowych, obyczajowych, prawnych, czy estetycznych.
- Problem 3: po trzecie, jak należy interpretować trzeci obszar materii odmowy, a więc jeśli są nakazywane przez przełożonych i wydawców lub nadawców działania sprzeczne z osobistymi

ugruntowanymi przekonaniem. O jakie przekonania chodzi? Ludzie, dziennikarze mogą mieć różne przekonania, i do tego bardzo ugruntowane, nawet fałszywe i błędne. Czy wszystkie tego rodzaju przekonania są podstawą do odmowy działań? Otóż nie, klauzuli sumienia nie podlegają przecież wszystkie ugruntowane przekonania. Podstawą do odmowy działań nie mogą być na przykład ugruntowane przekonania polityczne, ideologiczne w sensie ścisłym, np. genderowe, większość przekonań kulturowo-obyczajowych, biznesowych itd.

Z samej natury sumienia, jako zdolności wartościowania ludzkiego działania w kategoriach dobra i zła, klauzulą sumienia objęte są tylko te sprawy, które mają pierwszorzędnie etyczny charakter, a więc wartości, normy i powinności etyczne, bo one wiążą i zobowiązują człowieka w sumieniu. Wszystkie inne normy i przekonania mogą podlegać wtórnie waloryzacji etycznej, a więc można do nich zastosować klauzulę sumienia, o ile da się jednoznacznie pokazać związek tych norm z wartością etyczną podlegającą bezpośrednio ocenie i zobowiązaniu w sumieniu.

D. Prawo prasowe, 1984

Prawo prasowe jako zbiór norm prawnych nie zawierało do tej pory *explicite* klauzuli sumienia, ale zobowiązywało dziennikarzy do podporządkowania się linii programowej redakcji.

27 października 2017 roku Sejm RP znowelizował kolejny raz Ustawę z 1984 roku *Prawo prasowe*, znosząc kilka zapisów i wprowadzając w art. 10 prawne zapisy mające znamiona klauzuli sumienia. Prezydent podpisał nowelizację 27 listopada i weszła ona w życie 12 grudnia 2017 roku.

Artykuł 10 w punktach 2 i 3 otrzymał następujące brzmienie:

2. Dziennikarz ma prawo odmówić wykonania polecenia służbowego, jeżeli oczekuje się od niego publikacji, która łamie zasady rzetelności, obiektywizmu i staranności zawodowej, o których mowa w art. 12 ust. 1.

3. Dziennikarz może nie zgodzić się na publikację materiału prasowego, jeżeli wprowadzono do niego zmiany wypaczające sens i wymowę jego wersji (*Prawo prasowe* 2020, art. 10).

W artykule 10 pozostał ustęp 1, a zostały usunięte punkty 2 i 3, na ich miejsce wprowadzono zapisy wyżej przedstawione. Zapis, który pozostał, brzmi:

Art. 10.

1. Zadaniem dziennikarza jest służba społeczeństwu i państwu. Dziennikarz ma obowiązek działania zgodnie z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego, w granicach określonych przepisami prawa (*Prawo prasowe* 2020, art. 10).

Natomiast usunięte zostały zapisy:

2. Dziennikarz, w ramach stosunku pracy, ma obowiązek realizowania ustalonej w statucie lub regulaminie redakcji, w której jest zatrudniony, ogólnej linii programowej tej redakcji.

3. Działalność dziennikarza sprzeczna z ust. 2 stanowi naruszenie obowiązku pracowniczego (*Prawo prasowe* 2020).

W artykule 12 w ustępie 1 został dodany punkt 3. Cały ustęp 1 artykułu 12 brzmi teraz tak:

1. Dziennikarz jest obowiązany:

- 1) zachować szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzić zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło,
- 2) chronić dobra osobiste, a ponadto interesy działających w dobrej wierze informatorów i innych osób, które okazują mu zaufanie,
- 3) dbać o poprawność języka i unikać używania wulgaryzmów (*Prawo prasowe* 2020, art. 12).

W analizie tego zapisu zwracam uwagę na kilka potencjalnych problemów.

- Problem 1: dziennikarze w Polsce uzyskali przez nowelizację *Prawa prasowego*, w art. 10, ustępie 1, punkcie 2, ochronę prawną swojej niezależności etycznej wynikającej z zasad etyki, a więc uzyskali prawną ochronę prawa do odmowy działań, które przez przymus przełożonych miałyby łamać zasady rzetelności, obiektywizmu i staranności zawodowej, o których mowa w artykule 12 ustęp 1. Należy zatem to prawo rozumieć integralnie w duchu artykułu 12, ustęp 1 punkt 1, który precyzuje zasadę rzetelności, obiektywizmu i staranności zawodowej, odnosząc ją do prawdy: należy sprawdzić zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło.
- Problem 2: jak egzekutywa prawna będzie interpretować to prawo, jaki mu nada zakres, czy będzie to interpretowane przez instancję prawną jako odmowa oparta na klauzuli sumienia?
- Problem 3: dziennikarz uzyskuje gwarancję prawną swojej niezależności, otrzymując prawną możliwość niewyrażenia zgody na publikację materiału prasowego, „jeżeli wprowadzono do niego zmiany wypaczające sens i wymowę jego wersji”. Taki zapis w istocie podtrzymuje tylko status niezależności dziennikarskiej i konstytucyjnej wolności słowa, z których wynika autorskie prawo własności materiałów prasowych i dysponowania nimi zgodnie z tym prawem, a więc również brak zgody na publikację materiału prasowego, jeżeli wprowadzono do niego zmiany wypaczające sens i wymowę jego wersji.
- Problem 4: czy dziennikarz ma prawo odmówić (nie wyrazić zgody) na zmiany, które zostaną dokonane przez redaktora czy wydawcę w sytuacji, kiedy jego materiał prasowy narusza zasady etyki dziennikarskiej?
- Problem 5: sformułowanie prawne artykułu 10 wskazuje, że kwestia prawa odmowy dotyczy informacji o faktach, które podlegają wartościowaniu ze względu na prawdę. Wymienione w artykule trzy kategorie wartości: rzetelność, obiektywizm, staranność zawodowa, brane integralnie, są cechami informacji.

Opinie i interpretacje, a więc gatunki publicystyczne mają bowiem charakter subiektywny i z tej racji nie podlegają prawu do odmowy, chyba, że wymuszane opinie zniekształcają prawdę o faktach.

SUMIENIE NIE MOŻE BYĆ POLEM DOWOLNYCH EKSPERYMENTÓW

1. Środowiska medialno-dziennikarskie dysponują dziś ogromnym potencjałem oddziaływania na ludzi, który, źle wykorzystany, może przynieść ogromne szkody moralne i społeczne. W profesjonalny warsztat dziennikarski wpisana jest integralnie etyczność działania, którą w różnej mierze chroni prawo medialne i etyka dziennikarska. Prawo stanowi zewnętrzne ramy do słusznego działania, natomiast etyka stanowi wewnętrzne kryteria indywidualnych wyborów i działań człowieka. Obie płaszczyzny są wpisane w profesjonalizm zawodowy i są jego kryteriami i wyznacznikami.
2. Etyka to sprawa sumienia. Sumienie i jego kształtowanie są tak ważne w życiu człowieka, że jakość etyki, która formuje sumienie, nie może być pozostawiona dowolności dyskursu etycznego. Człowiek jest tak niepowtarzalną wartością, że nie może być przedmiotem eksperymentowania etycznego. Etyka dziennikarska, będąca u podstaw realizacji misji medialnej i dziennikarskiej, jest zatem sprawą ludzkiego sumienia. Dobry człowiek to człowiek sumienia. Dobry, profesjonalny dziennikarz, to dobry człowiek, człowiek prawego sumienia.
3. Rolą kodeksów etycznych nie jest w pierwszym rzędzie prakseologiczna regulacja działań dziennikarskich i bycie podstawą do zewnętrznego, normatywnego egzekwowania etycznego postępowania dziennikarzy przez zewnętrzne gremia, np. rady etyki. Pierwszorzędną rolą kodeksów etycznych jest bycie punktem odniesienia, kryterium, wskazówką, pomocą do indywidualnej

formacji sumienia dziennikarzy, tak by podejmowali wolne i odpowiedzialne decyzje i wybory, za które będą się czuć w sumieniu prawdziwym odpowiedzialni.

BIBLIOGRAFIA

- Apel K.-O. (1990), *Komunikacja a etyka: perspektywa transcendentarno-pragmatyczna*, tłum. A. Przyłębski, [w:] B. Andrzejewski (red.), *Komunikacja, rozumienie, dialog* (83–93). Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Apel K.-O. (1992), *Etica della Comunicazione*. Milano: Jaca Book.
- Apel K.-O. (1996), *Uniwersalistyczna etyka współodpowiedzialności*, tłum. Z. Zwoliński. *Etyka*, 29, 9–22.
- Bańka J. (1988), *Świat poręczenia moralnego. Medytacje o etyce prostomyślności*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Bauman Z. (1996), *Etyka ponowoczesna*, tłum. J. Bauman i J. Tokarska-Bakir. Warszawa: Aletheia.
- Brandt R.B. (1996), *Etyka. Zagadnienia etyki normatywnej i metaetyki*, tłum. B. Stanosz. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Drożdż M. (2005), *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*. Tarnów: Wydawnictwo Biblos.
- Drożdż M. (2006), *Sumienie jako konieczna instancja medialna*. *Forum Teologiczne*, 7, 109–123.
- Drożdż M. (2018), *Klauzula sumienia w działaniach dziennikarskich*, [w:] M. Drożdż, K. Drąg (red.), *Etyka mediów – utopia czy powinność* (261–273). Seria: *Etyka Mediów* 14, Tarnów: Wydawnictwo Biblos.
- Drożdż M., Drożdż A. (red.) (2003), *Przekonania i odpowiedzialność*. Wydawnictwo Jedność: Kielce.

- Dura A.A. (2001), *Etyka prostomyślności. Sumienie a rzeczywistość ponowoczesna*. Archeus. Studia z bioetyki i antropologii filozoficznej, 2, 67–87.
- Dura A.A. (2003), *Nowa postać etyki niezależnej – etyka prostomyślności*, [w:] H. Promieńska (red.), *Etyka wobec problemów współczesnego świata (177–190)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Gajda J. (2003), *Media w edukacji*. Kraków: Impuls.
- Gajda J., Juszczak S. (red.) (2002), *Edukacja medialna*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Geertz C. (2003), *Zastane światło. Antropologiczne refleksje na tematy filozoficzne*, tłum. Z. Pucek. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Hortelano A. (1981), *La conciencia moral, en Problemas actuales de moral*. Salamanca: Ediciones sgueme.
- Karta Etyczna Mediów. <http://centruminformacji.tvp.pl/15781069/karta-etyczna-mediow> (dostęp: 20.04.2020).
- Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich. <http://sdp.pl/s/kodeks-etyki-dziennikarskiej-sdp> (dostęp: 20.11.2017).
- Lenk H. (1995), *Filozofia pragmatycznego interpretacjonizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Lepa A. (2000), *Pedagogika mass mediów*. Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie.
- Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Opracowano na podstawie t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1914, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/-WDU19840050024/U/D19840024Lj.pdf> (dostęp: 20.04.2020).
- Promieńska H. (red.) (2003), *Etyka wobec problemów współczesnego świata*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Rorty R. (1998), *Etyka bez powszechnych powinności*, tłum. M. Glasenapp. Etyka, 31, 9–25.
- Scheler M. (1980), *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik. Gesammelte Werke*, t. 2, Bonn: Meiner Verlag.

- Scheler M. (1995), *Problemy religii*, tłum. A. Węgrzecki. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Schöttker D. (2003), *Mediengebrauch und Erfahrungswandel*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Seifert J. (1976), *Erkenntnis objektiver Wahrheit. Die Transzendenz des Menschen in der Erkenntnis*. Salzburg: Universitätsverlag Pustet.
- Seifert J. (1991), *Sumienie – poznanie – prawda*. Ethos, 15–16, 38–48.
- Spaemann R. (1990), *Sind alle Menschen Personen?* Köln: GRIN Verlag.
- Styczeń T. (1979), *Sumienie: źródło wolności czy zniewolenia?* Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, 22 (1–3), 103–118.
- Taylor Ch. (2002), *Etyka autentyczności*, tłum. A. Pawelec. Wydawnictwo Znak: Kraków.
- Williams B. (2000), *Moralność. Wprowadzenie do etyki*, tłum. M. Hernik. Warszawa: Aletheia.
- Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja*. <https://s.tvp.pl/repository/attachment/0/e/e/-0eea386c0fa98ad0c49f73f1a9f7c8e71445347977947.pdf> (dostęp: 20.04.2020).
- Zieliński Z. (2001), *Status etyki w kulturze ponowoczesnej. Analiza propozycji Zygmunta Bauman*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.